

Perancangan Kampanye Sosial Modifikasi Baju Seragam SMA saat Kelulusan

Lorencia Susanto¹, Deddi Dutto, S.Sn, M.Si², Merry Sylvia, S.Sn³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

Email: ren.susanto@yahoo.com

Abstrak

Perancangan Kampanye Sosial untuk menginformasikan anak-anak SMA yang mengikuti ujian kelulusan maupun yang akan mengikuti ujian kelulusan untuk tidak melakukan aksi corat-coret yang merugikan. Pesta kelulusan anak SMA seringkali diwarnai dengan aksi corat-coret dan dilanjutkan dengan konvoi keliling di jalan raya. Aksi ini kerap meresahkan masyarakat karena bersifat ugul-ugulan dan melanggar peraturan lalu lintas. Sehingga dalam perancangan ini dikomunikasikan solusi yang dapat menyalurkan kreatifitas dan kesenangan yang mereka dapatkan dalam melakukan aksi corat-coret. Perancangan kampanye ini dibuat untuk menyadarkan anak-anak SMA terutama yang mengikuti ujian kelulusan agar melakukan aksi corat-coret yang tidak merugikan masyarakat namun tetap kreatif dan tetap memiliki unsur kesenangan bagi anak-anak SMA.

Kata kunci: Kampanye Sosial, Modifikasi Baju Seragam, Aksi Corat-Coret, Kelulusan Anak SMA.

Abstract

The Design of Social Campaign Modification High School Uniform on the Graduation Event

The Design of Social Campaign is to inform higschool student who took the graduation test or will take the graduation tests not to take action adverse doodles. The Graduation event often vandalized and continued with the convoy traveling on the highway. This action is often disturbing the public because they are inconsiderate and violate traffic regulations. Thus, in this design solution that can be communicated to channel the creativity and fun that they get in doing vandalized. The design of this campaign was made to sensitize school children especially those following the graduation exam in order to take action doodles are not detrimental to the public but still creative and still have an element of fun for high school kids.

Keywords: Social Campaign, Modify High School Uniforms, vandalized, Child High School Graduation.

Pendahuluan

Usia remaja sering disebut usia yang labil. Menurut W.I. Thomas remaja memiliki empat kebutuhan seperti kebutuhan untuk dikenal, kebutuhan untuk mendapat respon dari orang lain, kebutuhan untuk memiliki, dan kebutuhan untuk memperoleh pengalaman yang baru. Selain itu, ada lagi beberapa kebutuhan sosial lain diantaranya kebutuhan (motif) untuk dibutuhkan, kebiasaan (*habit*), kebutuhan untuk berkelompok, serta kebutuhan untuk memperoleh penghargaan (dalam Sofyan 50-51).

Kebutuhan untuk dikenal dapat terlihat ketika remaja *eksis* di sosial media memiliki banyak teman lewat sosial media dan mengabarkan setiap kegiatan mereka lewat akun mereka. Kebutuhan mendapat response dari oranglain sering terlihat ketika remaja berteriak di jalan untuk meneriaki orang yang lewat hanya karena alasan iseng. Kebutuhan untuk memiliki dapat terlihat

dari anak-anak remaja yang suka berkelompok yang pada kesehariannya memiliki ikatan saling ketergantungan. Sedangkan kebutuhan untuk memperoleh pengalaman baru dapat terlihat dari kebiasaan remaja yang suka coba-coba, ingin mengetahui perasaan yang baru sehingga mereka mencoba merokok dan hal lainnya. Anak-anak remaja juga suka membuat coretan-coretan di dinding jalanan yang menjadi wujud menyalurkan emosi mereka. Jiwa remaja yang unik kreatif dan berani ini sering melahirkan ide-ide baru yang berpengaruh dalam masyarakat. Remaja mengalami masa pubertas yang berakhir lebih kurang di usia 15 hingga 16 tahun. Bertepatan dengan cakupan usia anak-anak SMA yang berada pada tingkat akhir.

Salah satu *moment* yang terjadi pada siswa-siswi SMA tingkat akhir adalah Ujian Negara yang menentukan kelulusan mereka. Menjelang ujian kelulusan siswa-siswi SMA, suasana menjadi lebih tegang dan

membutuhkan konsentrasi belajar yang lebih tinggi. Banyak siswa-siswi yang merasakan tekanan dan kecemasan berlebihan, karena ujian kelulusan menjadi tantangan tersendiri bagi siswa-siswi untuk pembuktian diri setelah 3 tahun masa pendidikan yang mereka tempuh. Sehingga menjelang kelulusan banyak siswa-siswi yang mengekspresikan kelegaan mereka dengan corat-coret baju seragam dan trek-trekan atau pawai yang dilakukan untuk menyambut kelulusan. Aksi tersebut beberapa berdampak negatif seperti trek-trekan atau pawai yang menimbulkan aksi ugal-ugalan di jalan raya. Seperti kata Kanit Digiasa, Bripka Suheda yang mengatakan bahwa sudah lazim terjadi pada setiap pengumuman kelulusan SMA selalu saja diwarnai dengan aksi ugal-ugalan pelajar yang bisa membahayakan pengguna jalan lain sehingga dilakukan operasi serentak di seluruh wilayah kota untuk mencegah aksi tersebut. ("Pawai Kelulusan, Belasan Siswa ditangkap," par 3) Kasatlantas Polrestabes Surabaya, AKBP Sabilul Alif mengatakan, polisi sudah menyiapkan 20 truk untuk mengangkut sepeda motor yang ditilang karena digunakan saat konvoi kelulusan. Sabilul menjelaskan, 20 truk itu akan diposisikan di titik-titik rawan potensi rute konvoi kelulusan para siswa setingkat SMA di Surabaya. Selain itu adapula aksi corat-coret seragam yang menggunakan cat semprot, spidol, ataupun pulpen. Menurut Pos Kota news, Meski sudah ada himbauan dari Diknas Pendidikan Jawa timur untuk tidak konvoi dan melakukan corat-coret seragam namun euforia ratusan siswa sekolah GIKI 2 Jalan Raya Gubeng, Surabaya tak terbendung. Mereka merayakan kelulusan SMU yang diumumkan dengan cara corat-coret seragam sekolahnya ("Corat-Coret Tetap Warnai Lulusan SMA," par 1).

Seragam sekolah sendiri merupakan salah satu kenangan yang dimiliki setelah hari kelulusan. Seragam sekolah digunakan selama setiap hari dalam hari pendidikan yang telah ditempuh saat di bangku sekolah. Tetapi banyak siswa-siswi yang tidak menghargainya dengan melakukan aksi corat-coret pada seragam sekolah setelah pengumuman kelulusan. Padahal ada solusi lain yang lebih kreatif tanpa mengurangi unsur kesenangan dalam melampiaskan kegembiraan dalam kelulusan. Siswa-siswi bisa meluapkan kreatifitasnya dengan memanfaatkan baju seragam agar dapat lebih berguna.

Untuk mensosialisasikan cara memanfaatkan baju seragam SMA maka salah satu kegiatan yang sesuai adalah kampanye sosial. Mengingat remaja SMA yang masih memiliki jiwa kreatifitas tinggi dan semangat yang menggebu-gebu. Melakukan kampanye di tempat-tempat umum dan menjadi pusat perhatian menjadi suatu tantangan sendiri bagi jiwa remaja. Perancangan serupa sebelumnya belum pernah diambil namun perancangan dengan tema kampanye sosial sudah banyak ditemui. Bermula dari kasus

corat-coret dan pawai yang meresahkan masyarakat sehingga perancangan ini dianggap perlu dibuat.

Metode Penelitian

Dalam perancangan ini metode yang dipakai adalah metode penelitian kualitatif yang didominasi dengan pemahaman dan pengembangan pengertian suatu kajian. Metode kualitatif ini berguna untuk memahami subyek dan obyek lebih mendalam. Dalam pengumpulan datanya dibutuhkan dua data yaitu primer dan sekunder. Data Primer adalah data yang didapat secara langsung oleh penulis, yang juga secara langsung terhubung dengan permasalahan yang diangkat dalam perancangan ini. Dalam menemukan data primer yang digunakan dalam perancangan ini, maka dilakukan dua cara untuk memperolehnya yaitu wawancara (*interview*), dan observasi.

Wawancara akan dilakukan pada siswa-siswi yang akan mengikuti Ujian Negara, tentang apa yang mereka lakukan pada seragam sekolah ketika mereka sudah lulus. Mewawancarai guru-guru SMA tentang aksi-aksi yang dilakukan siswa-siswi saat kelulusan dan bagaimana pendapat guru-guru tersebut. Sedangkan observasi, dilakukan pada siswa-siswi yang akan mengikuti Ujian Negara, kebiasaan apa yang sering mereka lakukan apa yang bisa membuat mereka menyalurkan kreatifitas secara positif.

Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat melalui studi kepustakaan mencari buku-buku yang sehubungan dengan kreatifitas remaja dan melalui internet yaitu website-website yang memuat artikel yang mendukung proses penelitian.

Pembahasan

Sebagian besar remaja SMA yang mengikuti ujian kelulusan mengalami tekanan dan rasa cemas dalam menghadapi Ujian. Remaja SMA memiliki gejala emosi yang masih tergolong labil karena berada dalam tahap remaja awal dan masih memiliki sisa-sisa pubertas. Akibatnya terjadi masalah psikologis seperti cemas berlebihan, emosi yang melonjak, rasa tidak tenang, mengalami *stress* dan depresi akibat tekanan yang datang dari luar maupun dari dalam diri sendiri.

Menurut Dr. Sumanto. M.A dalam bukunya psikologi umum, masa usia sekolah menengah bertepatan dengan masa remaja yang terbagi ke dalam tiga bagian yaitu, masa remaja awal yang ditandai dengan sifat-sifat negatif, prestasi, serta sikap sosial. Kemudian masa remaja madya, pada masa ini mulai tumbuh dorongan untuk hidup, kebutuhan akan adanya teman yang dapat memahami dan menolongnya, pada masa ini remaja akan mencari sesuatu yang dipandang bernilai, pantas dijunjung dan dipuja. Terakhir adalah

masa remaja akhir, setelah menemukan pendirian hidup pada dasarnya telah terpenuhi tugas-tugas perkembangan pada masa remaja yang akan memberikan dasar dalam memasuki kedewasaan (76-77). Dalam aspek psikososial menurut Erikson dalam Sumanto, usia remaja atau tahap genital. Dilihat dari teori psikososial perkembangan terus berjalan sampai dewasa akhir (*ego vs despair*). Berdasarkan teori psikososial, krisis dialami remaja adalah *identity vs role confusion* (identitas vs kebingungan peran). Pada tahap ini, remaja bereksperimen dengan berbagai macam peran yang berbeda sambil mencoba mengintegrasikan peran-peran yang pernah dia alami pada tahap-tahap sebelumnya (39).

Dalam bukunya Psikologi Perkembangan, Dr. Sumanto, M.A. menyebutkan ciri-ciri remaja adalah sebagai berikut, sebagai periode peralihan dari kanak-kanak ke dewasa, sebagai periode perubahan (terjadi peningkatan emosi), sebagai usia bermasalah cenderung tidak rapi dan tidak hati-hati, sebagai usia yang menimbulkan ketakutan (merasa banyak masalah), cenderung memaksakan seperti yang diinginkan (tidak realistis), sebagai ambang masa dewasa (mencari hingga menemukan identitas diri sendiri) (40).

Hasil Wawancara dengan 10 responden siswa-siswi SMA/SMK, 9 dari 10 siswa mengaku menghadapi tekanan dan rasa cemas berlebihan dalam menghadapi ujian kelulusan. Dari hasil wawancara, tekanan tidak hanya datang dari diri sendiri tapi juga dari lingkungan luar, dari guru dan sekolah yang paling banyak. Menjelang ujian banyak tugas yang diberikan oleh guru dan ujian-ujian demi mempersiapkan kelulusan dari sekolah meskipun hal tersebut baik untuk latihan persiapan namun banyak murid merasa semakin terbebani karena tugas dan ujian yang diberikan hampir setiap hari.

Sehingga ketika pengumuman kelulusan mereka membutuhkan wadah untuk mengekspresikan kesenangan mereka yang rasanya sudah seperti dibebaskan dari segala kekhawatiran yang sudah menekan mereka selama proses menghadapi ujian. Wadah mengekspresikannya kebanyakan dilakukan dengan hal-hal yang melanggar peraturan atau bahkan tidak memperdulikan peraturan, salah satu contohnya adalah melakukan aksi coret-coret yang tidak terarah pada seragam SMA.

Kesimpulan dari permasalahan ini adalah bahwa remaja SMA yang mengikuti ujian akhir tidak diberi wadah yang tepat untuk mengekspresikan kebahagiaan mereka setelah mendengar pengumuman kelulusan sehingga kebanyakan dari mereka mengekspresikannya dengan cara yang tidak tepat dan akibatnya bisa meresahkan masyarakat.

Dalam kampanye ini diperkenalkan “From Uniform,” yaitu sebagai wadah untuk menyalurkan kreatifitas secara terarah dan positif bagi peserta UN.

Tujuan utama kampanye sosial modifikasi baju seragam sekolah saat kelulusan ini adalah: Menginformasikan dan mengarahkan aksi corat-coret yang sudah berlangsung menjadi aksi yang positif.

Adapun pemecahan masalah yang digagaskan oleh penulis adalah dengan membuat kampanye yang menarik bagi *audience* dan penyampaian pesan yang tepat. Diharapkan pesan dapat tersampaikan dengan efektif dan efisien. Bentuk kampanye yang dilaksanakan dengan membuat suatu gerakan yang berfokus pada cara memanfaatkan baju seragam SMA setelah kelulusan dimana kampanye ini disalurkan melalui pesan-pesan dalam ILM yang akan dibuat melalui ide-ide yang menarik dan kreatif sesuai dengan jiwa dari target *audience*.

Hasil observasi didapatkan melalui wawancara pada siswa-siswi yang akan mengikuti Ujian Nasional dan survey pada remaja-remaja seumurannya. Dalam wawancara dengan 10 responden siswa-siswi SMA/SMK Negeri (3 Maret 2014) di Surabaya didapatkan fakta bahwa 8 dari 10 siswa memiliki keinginan untuk melakukan aksi corat-coret untuk merayakan kelulusan. Meski banyak di antaranya yang sudah diberi larangan dari sekolah, tetapi mereka tetap akan melakukannya sebagai cara untuk mengekspresikan kesenangan mereka dan sebagai kenang-kenangan sekali seumur hidup.



Gambar 1. Corat-coret di kalangan anak SMA saat kelulusan



Gambar 2. Corat-corek anak SMA

Salah satu faktor yang terdapat dari aksi corat-corek yang dilakukan anak-anak SMA adalah mengenai seni. Menurut Ki Hajar Dewantara seni merupakan hasil keindahan sehingga dapat menggerakkan perasaan indah orang yang melihatnya, oleh karena itu perbuatan manusia yang dapat mempengaruhi dapat menimbulkan perasaan indah itu seni. Seni tidak dapat diukur dan ditetapkan standarnya bagus atau tidaknya tergantung dari penilaian penikmat seni itu sendiri. Salah satu jenisnya adalah seni eksperimental yaitu seni yang diciptakan dengan maksud diujicobakan untuk dinilai dan diapresiasi. Drs Darmanto Jatman SU selaku psikolog dan budayawan menuliskan dalam Suara Merdeka (“Sumbangan Kultural Anak Muda” par. 14), “Mendadak dan serentak, seluruh tanah tumpah darah Indonesia jadi ajang pertunjukan kesenian anak-anak muda yang sudah terlalu lama didominasi, eh, dihegemoni oleh generasi sebelumnya di berbagai sektor kebudayaan.” Keterlibatan anak-anak muda termasuk anak SMA dalam seni dapat dilihat dari seni-seni liar yang sering dilakukan oleh anak-anak remaja pada properti umum, sebagai ajang pertunjukan yang didambakan. Sehingga pesan komunikasi yang disampaikan adalah seragam sekolah masih bisa dimanfaatkan setelah kelulusan dan dengan aksi corat-corek yang positif seragam akan bisa lebih berguna. Siswa-siswi juga dapat memacu kreatifitas dan ide-ide yang unik yang belum pernah ada sebelumnya.

Bentuk pesan dalam perancangan kampanye ini berupa pesan visual dan verbal. Keduanya saling berhubungan dan mendukung untuk menyampaikan pesan utama. Pesan visual dan verbal akan dibawakan dengan gaya remaja agar sesuai dengan target. Visualisasi disampaikan dengan video dan grafis yang mengajak target untuk memanfaatkan seragam yang tidak lagi mereka pakai. Sedangkan visual disampaikan melalui kata-kata yang mendukung pesan visualnya.

Pesan visual disajikan dengan gaya yang tidak ramai namun dapat menarik perhatian. Moment visual yang

ingin disampaikan adalah kebebasan berkreasi bagi jiwa kreatif remaja. Pesan visual ini disertai dengan ilustrasi-illustrasi lucu khas anak remaja. *Tone* warna yang dipilih adalah warna netral agar bisa menarik target perempuan dan laki-laki. Warna utamanya adalah Hitam dengan warna pendukung putih dan abu-abu agar dekat dengan masa-masa SMA. Warna tersebut menggambarkan kedekatannya dengan saat SMA putih abu-abu. Layout yang dipakai simple namun menarik perhatian untuk menonjolkan pesan yang ingin disampaikan.

Pada logo terdapat logogram yang mengacu pada bentuk baju seragam SMA. Logo kampanye “From Uniform” terdiri dari logotype dan logogram. Gambar seragam yang sebagai informasi mengenai seragam SMA yang dimaksud untuk target perancangan.



Gambar 3. Logo “From Uniform”

Untuk subheadline atau copy pada iklan teaser menggunakan font Marcelle Script karena merupakan tipe script yang dekoratif sehingga menarik perhatian.

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x
y z A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 4. Font marcelle script.

Font teks informasi menggunakan Myriad Pro karena mudah dibaca.

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v
w x y z A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 5. Font myriad pro.

Berikut adalah media yang akan digunakan: Media utama yaitu, media jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *youtube* dan *instagram*. Sedangkan media pendukung yaitu, poster yang terbagi atas poster lomba dan poster kampanye. Terdapat pula teaser atau video online. Kemudian ada *flyer* lomba, banner lomba, dan brosur kampanye. Terakhir adalah souvenir, yaitu pin, tas kanvas, stiker, *tumblr*, jam dinding, gantungan kunci, dan *sketch book*.

Pemilihan media utama adalah media yang dekat dengan keseharian target audience. Cara pemilihan media-media dan pembagiannya menggunakan konsep AISAS:

a. *Attention*. Bertujuan untuk mendapatkan awareness dan perhatian dari audiens sehingga audiens mengetahui adanya kampanye tersebut. Dalam tahap ini peningkatan awareness disampaikan melalui pemasangan poster di sekolah, melalui *social media* seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* dan memberikan *hashtag* khusus untuk info-info mengenai kampanye. Kemudian ada video *teaser* di *youtube* dan di *share* ke media sosial yang bertujuan untuk menarik minat audiens agar mencari info lebih mengenai kampanye yang akan dijelaskan ketika audiens mengunjungi media sosial.

b. *Interest*. Pada tahap ini, media bertujuan untuk meningkatkan rasa ingin tahu audiens lebih dalam dengan adanya informasi yang terdapat pada kampanye ini yang dilanjutkan dari kinerja media pada tahap *attention*. Informasi-informasi tentang kampanye ini bisa didapat melalui Fanpage Facebook yang menjelaskan tentang kegiatan dan promosi kampanye.

c. *Search*. Di tahap ini, media yang digunakan diharapkan dapat menggerakkan hati dan memunculkan keinginan untuk mencari tahu lebih lanjut informasi dengan berpartisipasi dalam kampanye, hal ini diaplikasikan dengan lomba yang diadakan dan disebarakan melalui media sosial. Dalam lomba ini audiens diberikan kesempatan untuk menunjukkan kreasi mereka dalam merancang modifikasi baju seragam kepada banyak orang. Lomba ini akan menjadi ajang unjuk gigi bagi jiwa-jiwa kreatif dan ide-ide unik yang ada pada diri audiens. Selain itu terdapat juga reward berupa macam-macam souvenir yang diberikan pada partisipan yang akan mendukung keinginan untuk mengikuti event yang telah ada.

d. *Action*. Setelah melalui runtutan tahap dan media, pada tahap ini audiens melakukan tindakan. Dampak yang diharapkan adalah remaja-remaja yang mengikuti lomba mau berpartisipasi dalam kegiatan kampanye selanjutnya. Kegiatan kampanye selanjutnya adalah merealisasikan rancangan yang telah mereka buat menggunakan baju seragam tersebut dan ikut berkeliling di salah satu taman di Surabaya untuk mengumpulkan dukungan dari masyarakat sekitar taman. Sehingga dari beberapa remaja dapat menimbulkan rasa penasaran bagi remaja lain dan memberi impact agar remaja lain memunculkan ide-ide baru dalam memodifikasi baju seragam mereka agar bisa digunakan sehari-hari. Penyebaran ini juga dapat dilakukan oleh audiens dengan cara menggunakan souvenir-souvenir yang telah mereka dapat dari hasil partisipasi dalam event kampanye berupa lomba.

e. *Share*. Pada tahap ini, audiens memberikan testimoni dan melakukan proses sharing di media sosial maupun pada remaja-remaja lain terkait dengan hal atau kegiatan kampanye yang mereka lakukan.

Dalam tahap ini, proses AISAS akan terulang kembali dari awal tahapan dan akhirnya akan menimbulkan *awareness* baru pada remaja lain.

Perancangan timeline dari publikasi media dapat dilihat dalam table berikut :

Media	Jadwal Program Tayang											
	Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Social Media												
Poster Lomba												
Flyer Lomba												
Banner												
Video												
Teaser												
Poster ILM												
Brosur												
Souvenir												
Newsletter												

 Ditayangkan setiap hari

 Dibagikan sekali dalam minggu pertama

Tabel 1. Jadwal Kampanye “From Uniform”.

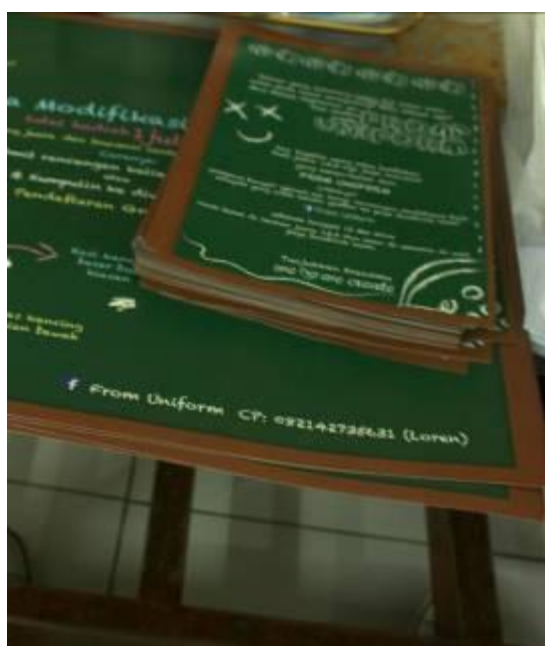
Berikut adalah final eksekusi media yang digunakan dalam Perancangan Kampanye “From Uniform”.



Gambar 6. Penempelan poster lomba di mading sekolah SMKN 12



Gambar 7. Penempelan poster lomba di mading sekolah SMKN 12.



Gambar 8. Pembagian flyer di sekolah SMKN 12.



Gambar 9. Desain banner yang diletakkan di SMKN 12.



Gambar 10. Storyboard teaser kampanye.



Gambar 11. Final gantungan kunci.



Gambar 12. Final sketch book.



Gambar 13. Final tas kanvas.



Gambar 14. Final jam dinding.



Gambar 15. Final tumblr.



Gambar 16. Final brosur.



Gambar 17. Final pin.



Gambar 18. Final stiker.



Gambar 19. Final poster kampanye.



Gambar 20. Final newsletter.

Hasil Kampanye

Kampanye dilakukan dengan mengambil sample 1 sekolah negeri yaitu SMKN 12 Surabaya. Pertama-tama diadakan lomba online melalui media sosial, siswa-siswi diajak untuk menyumbangkan ide lewat lomba rancangan baju seragam. Berikut beberapa rancangan mereka.



Gambar 21. Rancangan modifikasi seragam SMA



Gambar 22. Rancangan modifikasi seragam SMA



Gambar 23. Rancangan modifikasi seragam SMA

Total peserta yang mengikuti lomba modifikasi baju seragam yang diadakan oleh kampanye "From Uniform" adalah sebanyak 23 orang. Setelah mengupload karya mereka secara online dan mendapatkan respon dari masyarakat, kemudian mereka diajak untuk merealisasikan rancangan mereka dan menggunakannya dalam event yang diadakan oleh From Uniform di taman Bungkul Surabaya. Event di taman Bungkul tersebut bertujuan untuk memperkenalkan From Uniform kepada masyarakat luas disertai dengan pembagian brosur, stiker dan pin juga meminta tanda tangan untuk tanda dukungan tentang aksi corat-coret yang positif. Berikut adalah hasil dokumentasi kegiatan di taman bungkul.



Gambar 24. Peserta "From Uniform" meminta tanda tangan pada masyarakat sekitar taman.



Gambar 25. Tas gantung yang berasal dari seragam karya anak SMKN 12.



Gambar 26. Peserta "From Uniform" meminta tanda tangan pada masyarakat sekitar taman.



Gambar 27. Peserta "From Uniform" menjelaskan aksi corat-coret positif pada masyarakat sekitar taman.



Gambar 28. Peserta "From Uniform" bersama masyarakat sekitar taman.



Gambar 29. Peserta "From Uniform" bersama masyarakat sekitar taman.

Dari hasil kegiatan di taman Bungkul, From Uniform berhasil menarik perhatian koran Jawa Pos. Artikel mengenai aksi corat-coret yang positif pun berhasil dimuat di kolom Deteksi pada hari Senin 12 Mei 2014, artikel onlinenya dapat dilihat dalam gambar di bawah.



Gambar 30. Artikel di Jawa Pos online tentang event yang diadakan "From Uniform".



Gambar 31. Artikel di Jawa Pos online tentang event yang diadakan "From Uniform".

Kesimpulan

Seluruh siswa-siswi SMA adalah generasi penerus bangsa, sangat penting bagi mereka untuk memiliki nilai moral, kecerdasan serta kreatifitas yang tinggi agar dapat membangun bangsa dengan baik dihari kedepannya. Kurangnya moral, kecerdasan dan kreatifitas sangat terlihat dengan sikap-sikap gegabah yang sering muncul pada kasus-kasus yang melibatkan ikut sertanya peran siswa-siswi SMA. Salah satunya dalam kasus aksi corat-coret untuk merayakan kelulusan. Aksi ini menimbulkan keresahan karena memicu terjadinya konvoi yang ugall-ugall di jalan raya. Tindakan tersebut mengganggu ketenangan pengguna jalan lain dan dinilai sangat tidak bertanggung jawab. Begitukah image pemimpin-pemimpin bangsa di masa depan?

Banyak permasalahan sepele yang berpengaruh pada kehidupan sosial dan dampak buruknya mengganggu masyarakat luas. Dalam perancangan kampanye sosial modifikasi baju seragam saat kelulusan ini dipaparkan sebuah fenomena negatif yang sudah menjadi tradisi dikalangan anak SMA yaitu aksi corat-coret saat kelulusan. Aksi ini dianggap menjadi kenang-kenangan sekali seumur hidup dan kesenangan yang didapatkan menjadi wadah melampiaskan kegembiraan setelah mendengarkan pengumuman kelulusan. Setelah tiga tahun duduk dibangku sekolah menengah, dan menghadapi bulan-bulan penuh tekanan menghadapi UNAS. Aksi corat-coret yang biasanya diikuti oleh hampir seluruh siswa-siswi kelas tiga tersebut menjadi suatu kesenangan tersendiri.

Atas dasar permasalahan sosial ini dibuat sebuah perancangan kampanye sosial agar target audience dari perancangan dapat menerima pesan dan himbauan agar siswa-siswi sekolah menengah melakukan solusi baru untuk menyalurkan kesenangan mereka saat kelulusan dengan aksi yang lebih positif. Khususnya bagi siswa-siswi yang duduk di bangku kelas dua belas sekolah menengah untuk ikut berpartisipasi dalam mengembangkan aksi corat-coret yang positif dalam merayakan kelulusan. Aksi corat-coret yang positif ini dapat dilakukan dengan memodifikasi baju seragam agar tidak sia-sia dan bisa menjadi karya seni yang indah.

Agar kampanye sosial mendapatkan perhatian sehingga dilakukan pendekatan yang sesuai dengan selera dan kebiasaan anak-anak muda agar dapat dengan mudah diterima oleh *target audience*. Pemilihan desain logo, warna, jenis font dan body copy pada tiap-tiap media juga menjadi daya tarik bagi target audience, sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh target audience.

Diharapkan dengan media-media yang digunakan seperti audio visual dalam bentuk teaser, media

jejaring sosial, poster, dan pembagian media-media pendukung seperti pin, stiker, brosur, gantungan kunci, *sketch book*, tas kanvas, *tumblr*, mampu menarik perhatian masyarakat akan pentingnya masalah yang diangkat ini. Selain itu diharapkan isi pesan yang ada di dalam program perancangan kampanye ini dapat di terima dalam benak audience dengan mudah melalui pesan-pesan yang sederhana

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, sebagai berikut:

1. Siswa-siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 12 Surabaya, selaku obyek penelitian
2. Bapak Mardi, selaku ketua HUMAS SMKN 12
3. Bapak Deddi Duto H. S.Sn., M.Si. sebagai dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dalam tugas akhir ini.
4. Ibu Merry Sylvia, S.Sn. sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan pengarahan, masukan, dan saran yang membangun untuk pengembangan tugas akhir ini.
5. Ibu Maria Nala D., S.Sn., M.Hum selaku koordinator Tugas Akhir periode 59 tahun ajaran 2014 dan Ketua Penguji.
6. Bapak Aristarchus Pranayama, B.A., M.A. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual dan penguji.
7. Orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
8. Calvin Prayogo yang selalu menemani dan mendukung proses pengerjaan tugas akhir ini.
9. Teman-teman kelompok 3 Tugas Akhir yang selalu mendukung satu sama lain dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
10. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tugas akhir ini, dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Daftar Pustaka

“Corat-coret Tetap Warnai Lulusan SMA”. (2012). *Pos Kota News*. dibajak 25 Februari 2014 dari <http://www.poskotanews.com/>.

Jatman, Darmanto (2012). *Sumbangan Kultural Anak Muda*. dibajak 16 April 2014 dari <http://www.suaramerdeka.com/>.

Monks, F.J & Knoers, AMP, Haditono, Siti Rahayu (1989). *Psikologi Perkembangan : Pengantar dalam*

Berbagai Bagiannya. Jogjakarta: Gajah Mada University Press.

“Pawai Kelulusan, Belasan Pelajar Ditangkap Polisi”. (2013). *Kahaba Info*. dibajak 25 Februari 2014 dari <http://kahaba.info/berita-bima/2483/pawai-kelulusan-belasan-siswa-ditangkap-polisi.html>.

S, Sofyan & Willis (2012). *Remaja & Masalahnya*. Bandung: Alfabeta.